

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ	Інженерно-технологічний факультет	Кафедра маркетингу
--	--	---------------------------

Ведучий курсу	Макушок Ольга Василівна
Профайл викладача	https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/makushok-olga-vasilivna.html
Контактний телефон	+38 (097) 926-57-37
E-mail:	olgamakushok@gmail.com
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1346
Консультації	Щосереди з 14 ⁰⁰ по 16 ⁰⁰ (корпус №4; аудиторія №260)

1. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

Прийняття своєчасних та обґрунтованих маркетингових рішень потребує належного інформаційного забезпечення, для цього проводяться маркетингові дослідження. Їх метою є створення інформаційно-аналітичної бази для розробки рекомендацій і прийняття маркетингових рішень, спрямованих на зниження ризиків і рівня невизначеності на ринку товарів і послуг. Маркетингові дослідження через інформацію пов'язують товаровиробників із ринком, що сприяє більш ефективній їх адаптації до потреб кінцевих споживачів. Основоположним завданням маркетингового дослідження є всебічний і глибокий аналіз проблем, від яких залежить сучасний стан та подальший розвиток ринку. Дисципліна «Маркетингові дослідження та управління інвестиційними проектами» має розкрити майбутнім фахівцям ефективну методологію вирішення завдань організації управління проектами, як процесами здійснення підприємницьких ідей, бізнес програм, змін вихідного становища будь-якої виробничої системи, пов'язаних з інвестуванням. Зміст цих завдань полягає у створенні й розвитку проектно-орієнтованих виробничо-комерційних систем (підприємств, фірм, виробництв, автономних виробничих структур тощо), націлених на кінцевий результат із задалегідь визначеними вартісними й якісними характеристиками.

2. МЕТА ТА ЦІЛІ КУРСУ

є формування у студентів знань і вмінь щодо проведення маркетингових досліджень та їх використання для розробки стратегії підприємства, а також використання сучасного проектного підходу до вирішення задач розвитку організації, орієнтації цих процесів на досягнення кінцевих результатів з мінімальними витратами часу та коштів.

Програмні компетентності (загальні)
ЗК 2. Здатність проводити дослідження на відповідному рівні. ЗК 4. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК 5. Здатність працювати в міжнародному контексті.
Програмні компетентності (фахові)
ФК 2. Здатність планувати і виконувати наукові дослідження з урахуванням світових тенденцій науково-технічного розвитку галузі ФК 4. Здатність розробляти програми ефективного функціонування підприємств харчової промисловості та/або закладів ресторанного господарства відповідно до прогнозів розвитку галузі в умовах глобалізації. ФК 6. Здатність забезпечувати якість та безпечність харчових продуктів під час впровадження технологічних інновацій на підприємствах галузі.

ФОРМАТ КУРСУ		
Очний із елементами дистанційного навчання		
Види робіт, передбачені курсом		
Вид методу навчання	Особливості методу	Пріоритетний метод контролю
Традиційні методи		
Лекція	Усний виклад предмета викладачем, а також публічне читання на яку-небудь тему. Мета лекції – розкрити основні положення теми, досягнення науки, з'ясувати невирішені проблеми, узагальнити досвід роботи, дати рекомендації щодо використання основних висновків за темами на практичних заняттях.	<ul style="list-style-type: none"> ● усна відповідь; ● есе; ● тестування; ● обговорення основних питань
Семінарське заняття	Вид навчальних практичних занять студентів вищих навчальних закладів, який передбачає самостійне вивчення студентами за завданням викладача окремих питань і тем лекційного курсу з наочним оформленням матеріалу у вигляді реферату, доповіді, повідомлення тощо.	<ul style="list-style-type: none"> ● усна відповідь; ● обговорення основних питань
Практичне заняття	Форма навчального заняття, при якій викладач організує детальний розгляд здобувачами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання студентом відповідно сформульованих	<ul style="list-style-type: none"> ● усна відповідь; ● захист індивідуальної роботи.

	завдань.	
Індивідуальні заняття	Проводиться з окремими студентами з метою підвищення рівня їх підготовки та розкриття індивідуальних творчих здібностей. Індивідуальні навчальні заняття проводять за окремим графіком з урахуванням індивідуального навчального плану студента і можуть охоплювати частину або повний обсяг занять з однієї або декількох навчальних дисциплін, а в окремих випадках – повний обсяг навчальних занять для конкретного освітнього або кваліфікаційного рівня.	<ul style="list-style-type: none"> ● усна відповідь; ● активність під час дискусії
Самостійна робота	Форма роботи, яка передбачає вирішення актуального питання курсу самостійно, формує навички пошуку та синтезу інформації.	<ul style="list-style-type: none"> ● есе
Інформаційні методи навчання		
аналіз ситуації, помилок, колізій, казусів	За результатами виконання ЕСЕ; індивідуальних завдань, письмового опитування чи тестування ведучий курсу проводить аналіз наявних помилок у формі діалогу із здобувачами освіти. Крім цього, під викладання основного лекційного матеріалу може супроводжуватись його інтерпретацією виробничими ситуаціями та їх колективного аналізу.	<ul style="list-style-type: none"> ● Правильність відповіді
брейнстормінг («мозковий штурм»)	Здобувачі формують міні-групи, що складаються із 3-4 осіб. Із складу групи вибирають модератора – здобувача, який фіксує результати роботи групи. Кожна група отримує актуальне завдання для вирішення. Основне мета групи – висловити максимальну кількість ідей. На формулювання кожної ідеї відводять не більше 2 хв. Максимальна тривалість «мозкового штурму» - 20 хв. Критика ідей під час презентації – заборонена. Модератор групи фіксує найкращі тези кожної ідеї та висловлює їх від імені всіх учасників групи.	<ul style="list-style-type: none"> ● Усне опитування; ● Активність під час обговорення; ● Прояв лідерських якостей
дискусія із запрошенням фахівців	Стейкхолдери та запрошені професори, які беруть активну участь у формуванні та реалізації освітньої програми періодично беруть участь у лекційних заняттях, лабораторних роботах та заняттях на виробництвах. Основна мета спілкування здобувачів із запрошеними фахівцями – обговорення актуальних та дискусійних питань виробництва та діалог.	<ul style="list-style-type: none"> ● Усне опитування; ● Активність під час обговорення ● Прояв лідерських якостей
коментування, оцінка (або самооцінка) дій учасників;	Здобувачі освіти під час усного або письмового опитування можуть коментувати свої відповіді, або доповнювати відповіді інших здобувачів.	<ul style="list-style-type: none"> ● Усне опитування; ● Активність під час обговорення

		<ul style="list-style-type: none"> ● Прояв лідерських якостей
метод аналізу і діагностики ситуації (КЕЙС-МЕТОД);	<p>Виконання методу дозволяє формувати важливі «м'які» навички у здобувачів, зокрема робота в команді, набуття лідерських якостей тощо.</p> <p>Загальний вигляд кейсу:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ознайомлення студентів із ситуацією (моделлю) яка пов'язана із реальним виробництвом або виробничим процесом; ● Формування міні-груп (3-4 здобувачів); ● Формування завдань для роботи з кейсом та розподіл питань в групах; ● Організація спільної діяльності, збір інформації, розподіл індивідуальних завдань; ● Аналіз та рефлексія спільної діяльності, пропозиція концепцій; ● Підведення підсумків, оцінювання. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Усне опитування; ● Активність під час обговорення ● Прояв лідерських якостей
публічний виступ;	<p>Застосовують для формування здобувачами комплексу «м'яких» навичок, зокрема вміння до публічного мовлення, здатність приймати ініціативу та брати на себе відповідальність. Крім цього публічний виступ дозволяє підвищити рівень засвоєння матеріалу за рахунок необхідності його узагальнення та формування логічно-послідовної відповіді.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Усне опитування; ● Активність під час обговорення ● Прояв лідерських якостей.
вебінар	<p>Спосіб організації зустрічей онлайн, формат проведення семінарів, тренінгів та інших заходів за допомогою Інтернету.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Усне опитування; ● Активність під час обговорення ● Прояв лідерських якостей
Дистанційне навчання	<p>Комплексний індивідуалізований процес передання і засвоєння знань, умінь, навичок і способів пізнавальної діяльності людини, який відбувається за опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників навчання у спеціалізованому середовищі, яке створене на основі сучасних психолого- педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій.</p> <p>Основною платформою для проведення дистанційного навчання є система MOODLE (https://moodle.udau.edu.ua/)</p> <p>Курс для дистанційного вивчення характеризується логічною послідовністю викладення основного матеріалу, має чітку структуру та</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ЕСЕ; ● підготовка та публічний захист презентацій на вебінарах; ● тестування із різною вагомістю вірних відповідей та подальше публічне обговорення допущених помилок; ● підсумкове тестування, що

	комбінує традиційні (модифіковані до цифрового простору) й інтерактивні методи навчання.	формується із випадкових питань курсу.
--	--	--

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

РН 2. Приймати ефективні рішення, оцінювати і порівнювати альтернативи у сфері харчових технологій, у тому числі у невизначених ситуаціях та за наявності ризиків, а також в міждисциплінарних контекстах

РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.

ОБСЯГ КУРСУ

Вид заняття	лекції	практичні заняття	самостійна робота
Кількість годин	24	32	64

ОЗНАКИ КУРСУ

Рік викладання	Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний/вибірковий
2023	1	181 Харчові технології	1	Нормативний

3. ТЕХНІЧНЕ Й ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Обладнання:

Мультимедійний проектор

Навчальні стенди

Набір офісних програм

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Основні політики курсу полягають у дотриманні вимог положень:

- ✓ «Про порядок проведення моніторингу і контролю якості освіти в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/НОМ6>);
- ✓ «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/BWV3>);
- ✓ «Про академічну успішність в Уманському національному університеті садівництва» (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/ze58>).

Під час проведення контрольних заходів студенти повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом академічної доброчесності Уманського НУС (<https://www.udau.edu.ua/ua/file/4dH7>).

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Кодексу

доброчесності Уманського НУС.

СХЕМА КУРСУ								
Види робіт	Тема, план, короткі тези	Література	Розподіл балів за видами робіт					
			ПО ¹	УО ²	Т ³	А ⁴	ЛЯ ⁵	ВСЬОГО
МОДУЛЬ 1. Змістовний модуль 1. Маркетингові дослідження ринку.								
Лекція 1	<p>Тема: Сутність і система маркетингових досліджень.</p> <p>План:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність, роль, мета, предмет та об'єкт маркетингових досліджень. 2. Основні завдання і принципи маркетингових досліджень. 3. Алгоритм процесу маркетингових досліджень 4. Види маркетингових досліджень 5. Організаційні форми маркетингових досліджень <p>Очікувані результати:</p> <p>РН 2. Приймати ефективні рішення, оцінювати і порівнювати альтернативи у сфері харчових технологій, у тому числі у невизначених ситуаціях та за наявності ризиків, а також в міждисциплінарних контекстах</p> <p>РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	2; 5; 7						
Практична робота 1	<p>Тема: Маркетингові дослідження та їх місцев інформаційній системі підприємств харчової промисловості.</p> <p>Мета роботи: засвоєння теоретичного матеріалу та формування навичок щодо визначення базового</p>	1;6;7	2	2		2	2	8

¹ Письмове опитування (або ЕСЕ)² Усне опитування/ захист роботи/ звіту³ Тестування⁴ Активність (під час обговорення, тощо)⁵ Прояв лідерських якостей

	<p>понятійного апарату в сфері маркетингових досліджень.</p> <p>Очікувані результати: РН 2. Приймати ефективні рішення, оцінювати і порівнювати альтернативи у сфері харчових технологій, у тому числі у невизначених ситуаціях та за наявності ризиків, а також в міждисциплінарних контекстах та наукових завдань у сфері харчових технологій.</p>							
Лекція 2	<p>Plan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The essence, role and requirements for marketing information 2. Types of marketing information and its sources 3. Marketing information systems 4. Information resources of the Internet 5. Protection of marketing information. <p>Очікувані результати: РН 2. Приймати ефективні рішення, оцінювати і порівнювати альтернативи у сфері харчових технологій, у тому числі у невизначених ситуаціях та за наявності ризиків, а також в міждисциплінарних контекстах. РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	2;5;6						
Практична робота 2	<p>Topic: System of marketing information</p> <p>Мета роботи: засвоєння теоретичного матеріалу та формування навичок щодо визначення базового понятійного апарату в сфері маркетингової інформації; формування навичок до розуміння сутності первинної та вторинної інформації.</p> <p>Очікувані результати: РН 2. Приймати ефективні рішення, оцінювати і порівнювати альтернативи у сфері харчових</p>	2;5;6	2	4		2	2	10

	технологій, у тому числі у невизначених ситуаціях та за наявності ризиків, а також в міждисциплінарних контекстах та наукових завдань у сфері харчових технологій.							
Лекція 3	<p>Тема: Методи збору маркетингової інформації. План</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність, роль та вимоги до маркетингової інформації 2. Види маркетингової інформації та її джерела 3. Маркетингові інформаційні системи 4. Інформаційні ресурси Інтернету 5. Захист маркетингової інформації <p>Очікувані результати: РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	1;2;4;6						
Практична робота 3	<p>Тема: Методи збору і аналізу маркетингової інформації. Мета роботи: закріплення теоретичних знань щодо вимірювальної природи маркетингової інформації та форматів її подання, принципів і методів вибіркового досліджень (спостережень), набуття практичних умінь квантифікації маркетингової інформації.</p> <p>Очікувані результати: РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	1;2;4;6	2	6				8
Лекція 4	<p>Тема: Структура і процес маркетингових досліджень План:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структура маркетингових досліджень 2. Процес маркетингових досліджень 3. Підготовка та презентація звіту стосовно маркетингових досліджень 	1;2;3;7						

	<p>Очікувані результати: РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>							
<p>Практична робота 4</p>	<p>Тема: Структура і процес маркетингових досліджень. Мета роботи: засвоєння теоретичного матеріалу формування навичок визначення базових понять щодо сутності та по_слідовності процесу організації і проведення маркетингових досліджень.</p> <p>Очікувані результати: РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	1;2;3;7	2	2				4
<p>МОДУЛЬ 1. Змістовний модуль 2. Управління інвестиційними проектами</p>								
<p>Лекція 5</p>	<p>Тема: Загальна характеристика управління проектами План: 1. Загальні відомості 2 Сутність проектів 3 Класифікація проектів 4 Учасники проекту 5. Значення управління проектами в сучасних умовах</p> <p>Очікувані результати: РН 2. Приймати ефективні рішення, оцінювати і порівнювати альтернативи у сфері харчових технологій, у тому числі у невизначених ситуаціях та за наявності ризиків, а також в міждисциплінарних контекстах. РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	8;10;12;15						

Практична робота 5	<p>Тема: Загальна характеристика управління проектами Мета роботи: засвоєння теоретичного матеріалу формування навичок визначення базових понять щодо сутності та класифікації інвестиційних проєктів</p> <p>Очікувані результати: РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	8;10;12;15	2	6				8
Лекція 6	<p>Тема: Особливості управління інвестиційними проектами. План: 1.Характеристика управління інвестиційними проектами . 2. Основні фази управління інвестиційними проектами.</p> <p>Очікувані результати: РН 2. Приймати ефективні рішення, оцінювати і порівнювати альтернативи у сфері харчових технологій, у тому числі у невизначених ситуаціях та за наявності ризиків, а також в міждисциплінарних контекстах. РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	9;11;13;14						
Практична робота 6	<p>Тема: Характеристика інвестиційних проєктів та обґрунтування доцільності інвестування. Мета роботи: засвоєння методологічних підходів до опрацювання моделі інвестиційного проєкту.</p> <p>Очікувані результати: РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	9;11;13;14	2	6				8

Лекція 7	<p>Тема: Інвестиційне проектування. План: 1. Етапи розробки інвестиційного проекту 2. Завдання проектування. 3. Розробка документації. 4 4. Комплексна державна експертиза інвестиційних програм.</p> <p>Очікувані результати: РН 2. Приймати ефективні рішення, оцінювати і порівнювати альтернативи у сфері харчових технологій, у тому числі у невизначених ситуаціях та за наявності ризиків, а також в міждисциплінарних контекстах. РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	8;10;12;15					
Практична робота 7	<p>Тема: Економічна оцінка ефективності управління інвестиційними проектами. Мета роботи: засвоєння методологічних підходів до опрацювання методів економічної оцінки ефективності управління інвестиційними проектами.</p> <p>Очікувані результати: РН 6. Розробляти та реалізовувати програми розвитку підприємств галузі на коротко- та довгострокову перспективу, аналізувати та оцінювати їх ефективність, екологічні та соціальні наслідки.</p>	8;10;12;15	2	2			4
Модульний тест 1							10
Модульний тест 2							10
РАЗОМ							70

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

ТЕМА	Назва теми	Кількість годин
------	------------	-----------------

		денна форма	заочна форма
1	Сутність і система маркетингових досліджень.	10	
2	System of marketing information	10	
3	Методи збору і аналізу маркетингової інформації.	10	
4	Структура і процес маркетингових досліджень.	10	
5	Загальна характеристика управління проектами.	8	
6	Особливості управління інвестиційними проектами	8	
7	Інвестиційне проектування	8	
	Разом	64	

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ	
Вид роботи	Характеристика контролю
Письмове опитування (у т. ч. ЕСЕ)	Здобувачі дають лаконічні відповіді на питання, передбачені під час вивчення курсу письмово, або у вигляді реферативного повідомлення, або у вигляді ЕСЕ. Оцінюванню підлягають правильність та конкретність відповіді на поставлене питання. Позитивним є формування відповідей на основі основної та допоміжної літератури за останні десять років.
Усне опитування/ захист роботи/ звіту	Здобувачі дають відповіді в усній формі на питання пов'язані із теоретичними або практичними аспектами теоретичної частини дисципліни. Оцінюванню підлягають правильність та конкретність відповіді на поставлене питання. Позитивним є лаконічність та переконливість під час відповіді.
Тестування	Проводять письмово або за допомогою систем дистанційного навчання. Передбачає вибір однієї/та/або правильної відповіді на конкретне питання передбачене теоретичною частиною курсу або його структурним елементом.
Активність (під час обговорення, тощо)	Оцінюванню підлягають частка участі здобувача у вирішенні колективного завдання, активність, вмотивованість та креативність під час обговорення проблемних питань.

Прояв лідерських якостей	Оцінюванню підлягають прояви лідерських якостей, які полягають у здатності генерувати нові ідеї; панорамність мислення; здатність до самоаналізу; здатність працювати в колективі; відповідальність за виконання важливих завдань; потреба в досягненні позитивного результату; здатність вести конструктивні переговори; здатність змінювати стиль керівництва відповідно до конкретної ситуації.
--------------------------	--

Шкала оцінювання: національна та ECTS			
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	відмінно	зараховано
82–89	B	добре	
74–81	C		
64–73	D	задовільно	
60–63	E		
35–59	F	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0–34	FX	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА (БАЗОВА)

1. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: підруч. / А. В. Войчак, А. В. Федорченко; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана". - К., 2007. - 402 с.
2. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
3. Жегус О. В. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / О.В. Жегус, Т.М. Парцирна; ФОП Іванченко І.С. – Х., 2016. – 237 с.
4. Жарська І.О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові справи. [текст]: навч. посіб. / І. О. Жарська. – Одеса: Атлант ВОІ СОІУ, 2016. – 284 с.
5. Квятко Т.М., Мандич О.В., Севідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
6. Маркетингові дослідження: підручник: [Електронний ресурс] / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ: НГУ, 2015. – 357 с.
7. Маркетингові дослідження [Текст]: підручник / Н. С. Косар [та ін.]; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. - 457 с.

8. Петренко Н. О. Управління проектами [текст] навчальний посібник. /Н.О.Петренко,Л.О.Кустрич,М.О.Гоменюк.–К.:Центр учбової літератури», 2015. – 244 с.
9. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
10. M. Daud Alam, Uwe F. Guhl. Project-Management in Practice. A Guideline and Tool box for Successful Projects. Springer –Verlag Gmb HGermany, 2016.– 183 p.
11. Проектний аналіз [Текст]:підручник /С.С.Аптекара, Ю.Л. Верич. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2018. – 308 с.
12. Бардиш Г. О. Проектний аналіз [Текст]: підручник./ Г. О. Бардиш. – К.: Знання, 2016. – 415 с.
13. Єрмошенко М. М. Аналіз і оцінка інвестиційних проектів: навч. посіб./ М. М. Єрмошенко, І. О. Плужников. – 2-е вид. – К.: НАУ, 2016. – 156 с.
14. Аналіз інвестиційних проектів [Текст]: практикум/А.В.Череп, В.З. Бугай, Є. Л. Білий, А. В. Бугай. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 198 с.
15. Ковшун Н.Є., Левун О.І. Аналіз та реалізація проектів: навч. посібник - Електронне видання. Рівне, НУВГП, 2022. - 350 с.

Рекомендована література (додаткова)

1. Жегус О. В. Маркетингові дослідження ринку: монографія / О. В. Жегус, Л. О. Попова, Т. М. Парцирна; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Х., 2010. - 176 с.
2. Федорченко А.В. Система маркетингових досліджень: монографія /А.В. Федорченко. – К.: КНЕУ, 2009. – 267 с.
3. Маркетингова діяльність підприємства: навчальний посібник/за ред. В.В. Зіновчука, Л.В. Тарасович. – Житомир: Вид. О.О. Євнюк, 2019. – 464 с.
4. Дюгованець О. М. Маркетингові дослідження та аналіз інформації [Текст] : курс лекцій / О. М. Дюгованець; Держ. ВНЗ "Ужгород. нац. ун-т". - Ужгород : Аутдор-Шарк, 2015. - 178 с.
5. Кобиляцький Л. С. Управління проектами: Навч. посібник. – К.: МАУП, 2012. – 200с.
6. Козик В. В., Тимчишин І. Є. Практикум з управління проектами. Навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 180 с.
7. Ковшун, Н. Е. Аналіз та планування проектів [Текст]: навч. посібник / Н. Е. Ковшун . – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 344 с.
8. Швець, Л. П. Проектний аналіз [Текст]: навч. посіб. / Л. П. Швець, О. В. Пилипак, Н. І. Доберчак. – Львів : Новий світ-2000, 2016. – 643 с.
9. Митяй, О.В. Проектний аналіз [Текст]: навч.посіб. / Митяй О. В.– К., 2015. – 311 с.
10. Рижиков В. С. и др. Проектний аналіз. / В. С. Рижиков. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 384 с.
11. Макушок О.В., Рибчак О.С. Маркетингові дослідження як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія „Економічні науки”. № 1, 2020 р., с.55-65.
12. Макушок О. В., Цимбалюк Ю. А., Андрусак В. М. Упровадження та реалізація цифрових маркетингових технологій в економічну діяльність суб’єктів підприємництва// Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2022. - №8. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-8-8198>(<https://lib.udau.edu.ua/items/0703a183-96e8-4644-a8b0-07a391e0ae3a>)
- 13.О.В. Макушок, І. І. Корман, В. А. Лементовська Практичні аспекти формування ефективної маркетингової стратегії // Інвестиції: практика та досвід № 13 2023 с.67-72 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.13.67>